

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
1. CHARAKTERYSTYKA ZMYŚŁU SMAKU CZŁOWIEKA.....	9
1.1. Anatomia jamy ustnej	12
1.2. Mechanizm powstawania wrażenia smakowego.....	18
1.3. Klasyfikacja substancji generujących wrażenie smakowe.....	20
1.3.1. Smak słony	21
1.3.2. Smak kwaśny.....	21
1.3.3. Smak słodki.....	22
1.3.4. Smak gorzki.....	22
1.3.5. Smak umami	23
1.3.6. Smak tłusty.....	24
1.3.7. Substancje generujące inne wrażenia smakowe	24
1.3.8. Wzmacniacze – intensyfikatory smaku.....	25
1.3.9. Inhibitory i modyfikatory smaku	25
1.4. Odchylenia od prawidłowej percepcji smakowej.....	26
2. ANALIZA SENSORYCZNA.....	30
2.1. Przygotowanie pracowni analizy sensorycznej	33
2.2. Zasady przeprowadzania oceny sensorycznej	36
2.3. Selekcja i przygotowanie osób do badań sensorycznych	38
2.3.1. Próba na daltonizm smakowy	41
2.3.2. Próba na próg wrażliwości smakowej.....	42
2.3.3. Próba na próg różnicy	44
2.4. Czynniki wpływające na wyniki analizy sensorycznej.....	45
2.4.1. Czynniki genetyczne	45
2.4.2. Wpływ wieku i płci.....	46
2.4.3. Wpływ używek.....	46
2.4.4. Wpływ stanu zdrowia i odżywiania się	47
2.4.5. Adaptacja i zmęczenie	47
2.4.6. Trening a sprawność sensoryczna.....	48
2.4.7. Wpływ osobowości.....	48
2.4.8. Motywacja i zainteresowanie	48

2.4.9. Czynniki psychofizjologiczne	49
2.4.10. Znajomość popełnianych błędów	51
2.5. Zasady dobrej praktyki w badaniach sensorycznych	52
2.6. Podział metod stosowanych w analizie sensorycznej	53
2.7. Metody oznaczania wartości progowych	56
2.7.1. Metoda limitów	56
2.7.2. Metoda stałego bodźca	56
2.7.3. Metoda trójalternatywnego przymusowego wyboru („3-AFC”)	57
2.7.4. Metoda schodkowa	57
2.7.5. Metoda średniego błędu	58
2.8. Metody wykrywania różnic	58
2.8.1. Metoda parzysta	59
2.8.2. Metoda duo-trio	59
2.8.3. Metoda trójkątowa	59
2.8.4. Metoda dwóch z pięciu	60
2.8.5. Metoda wielokrotnych porównań	60
2.8.6. Metoda szeregowania (kolejności)	60
2.8.7. Metoda podwójnych standardów	61
2.8.8. Metoda wielokrotnych standardów	61
2.8.9. Metoda pojedynczego bodźca („A lub nie A”)	61
2.8.10. Metoda par wielokrotnych	61
2.9. Metody skalowania	62
2.9.1. Skale kategorii – słowne	62
2.9.2. Skale liczbowe	62
2.9.3. Skale graficzne – liniowe	63
2.9.4. Skale w postaci ikon	64
2.9.5. Skale standardów	64
2.9.6. Skalowanie dynamiczne – <i>time intensity</i>	64
2.10. Metody analizy opisowej	65
2.10.1. Profilowanie smakowości	66
2.10.2. Profilowanie różnicowe	67
2.10.3. Ilościowe profilowanie smaku	68
2.10.4. Metoda profilowania SPECTRUM™	68
2.10.5. Profilowanie tekstury	69
2.10.6. Profilowanie swobodnego wyboru (FCP)	70
2.11. Inne metody	70
2.11.1. Metoda rozcieńczeń	70
2.11.2. Metoda wskaźnika rozcieńczeń N	71
2.11.3. Profilogramy rozcieńczenia	71
2.11.4. Metoda wskaźnika smaków, na przykład słoności (słodkości)	71
2.11.5. Metoda <i>flash profile</i> (błyskawicznego profilowania)	72
2.12. Konsumencka analiza jakości	72
2.12.1. Preferencja	74

2.12.2. Akceptacja	74
2.12.3. Pożądalność	75
3. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	76
3.1. Podstawowe pojęcia związane ze smakiem w analizie sensorycznej	76
3.2. Słownik polsko-angielski ważniejszych wyrażzeń sensorycznych	87
3.3. Wykaz norm	90
3.4. Przykłady kart ocen stosowanych w analizie sensorycznej	91
Literatura	107
Spis tabel	111
Spis rysunków	111